SAVDO XIZMATLARINI TAKOMILLASHTIRISH ASOSIDA SAVDO KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH

Saydullayev Shoxjaxon Zarif o'g'li
SamISI magistri

Annotasiya. Maqolada chakana savdo korxonalari tomonidan xaridorlarga qo'shimcha savdo xizmatlarini taklif etish orqali ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini oshirish va takroriy xaridini raqobatlantirish, chakana savdo korxonasi raqobatbardoshligini oshirish masalalari yoritilgan. Savdo xizmatlarining tasnifi hamda qo'shimcha savdo xizmatlari ko'rsatishni tashkil etish asosida savdo korxonasi raqobatbardoshligini baholash uslubiyati taklif qilingan.

Kalit so'zlar: merchendayzing, qo'shimcha savdo xizmati, betakror servis, raqobatbardoshlik, iste'mol qiymati, mijozlarga yo'naltirilganlik, servis landshafti.

IMPROVEMENT OF TRADE SERVICES AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF RETAIL TRADING ENTERPRISES

Abstract. The article addresses the issues of improving the quality of services provided by retail companies by offering additional sales services to customers and competition in repurchase, increasing the competitiveness of the retail business. A methodology for assessing the competitiveness of a trading company based on the classification of sales services and the organization of additional sales services is proposed..

Keywords: merchandising, additional service, unique selling proposition, competitiveness, customer value, customer focus, servicecape.

Kirish. Mamlakatimizda chakana savdoning rivojlanishi bilan bir qatorda iste'molchi xulq-atvorining o'zgarishi, xaridorlar tomonidan tovarlarning sifati va assortimentiga hamda ko'rsatilayotgan savdo xizmatlariga bo'lgan talabining tobora ortib borish tendensiyasi kuzatilmoqda. Bunday sharoitda xaridorlarga qo'shimcha savdo xizmatlarini taklif etish orqali ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini oshirish va takroriy xaridini raqobatlantirish chakana savdo raqobatbardoshligini oshirishning zamonaviy yo'nalishlaridan biri sifatida namoyon bo'ladi.

Ilg'or mamlakatlar va savdo korxonalari amaliyotida qo'shimcha xizmatlar ko'rsatishni yo'lga qo'yish asosida chakana savdo raqobatbardoshligini ta'minlash tobora ommalashib bormoqda. Ayniqsa, tovarlarni onlayn xarid qilish imkoniyatini oshirish, interaktiv vitrina va savdo zallari, innovasion merchendayzing bugungi kun talabiga aylangan. Shu bilan birga mamlakatimizda, jumladan Samarqand viloyatida ham chakana savdoda marketing amaliyotining zaifligi, iste'molchilar xulq-atvorining tadqiq etilmayotganligi, zamonaviy xizmat turlarini kengaytirish asosida raqobatbardoshlikni ta'minlashga yetarlicha e'tibor qaratilmasdan kelinmoqda.

Yuqoridagilarga asoslangan holda ta'kidlash joizki, chakana savdoni zamonaviy darajada tashkil qilish va xaridorlarga qo'shimcha xizmat turlarini taklif etish orqali savdo korxonasining raqobatbardoshligini oshirish dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi.

Adabiyotlar sharhi. Savdo sohasini rivojlantirish muammolari va savdo xizmatlar sifatini oshirish masalalari xorijlik olimlardan Yu.S.Valeyeva[1], D.I.Valigurskiy[2], V.N.Gavrilova[3], O.V.Karoleva[4], N.V.Chernonosova[5] larning ilmiy ishlarida keltirilgan. O'zbekistonlik olimlardan B.A.Abdukarimov[6], F.B.Abdukarimov[7], E.Shavkiyev[8], D.X.Xolmamatov[9], U.Normurodov[10], raqobat muhitini rivojlantirish va raqobatbardoshlikning nazariy jihatlari K.M.Ibodov[11], U.M.Mo'minov[12], S.Sh.Hasanov[13], M.Nasriddinova[14], Z.A.Hakimov[15] larning ilmiy ishlarida keltiirlgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda induksiya va deduksiya, guruhlash, makon va zamon, analiz va sintez, mantiqiy tahlil, ekspert so'rovi, taqqoslash usullaridan foydalanilgan. Tadqiqot natijalarini umumiy yaxlit tarzda ifodalash maqsadida jadval va rasmlardan foydalanilgan.

Asosiy qism. Bugungi kunda jamiyatimizning iqtisodiy jabhalarida ro'y berayotgan o'zgarishlar, tashqi muhitning o'zgaruvchanligi va noaniqligi bilan izohlanuvchi makroiqtisodiy cheklangan sharoitda iqtisodiy subyektlar raqobatbardoshligini oshirish yanada dolzarb vazifalardan biriga aylanib bormoqda. Bu avvalo innovasion xizmat turlari (kongsalting, internet, kompyuter xizmatlari)ning paydo bo'lishi, sotishning ilg'or usullari(onlayn sotuvlar, merchendayzing)ning qo'llanilishi bilan ham bog'liqdir. Bunday sharoitlarda chakana savdo xizmatlari ham tovarlarni xaridorlarga qulay shart-sharoitlarda sotishni yo'lga qo'yishlari, savdo zallarida merchendayzingning ilg'or usullarini joriy etishni ko'zda tutishlari lozim. Bu o'z navbatida yangi qo'shimcha xizmat turlarini ko'rsatish orqali savdo korxonasining raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi.

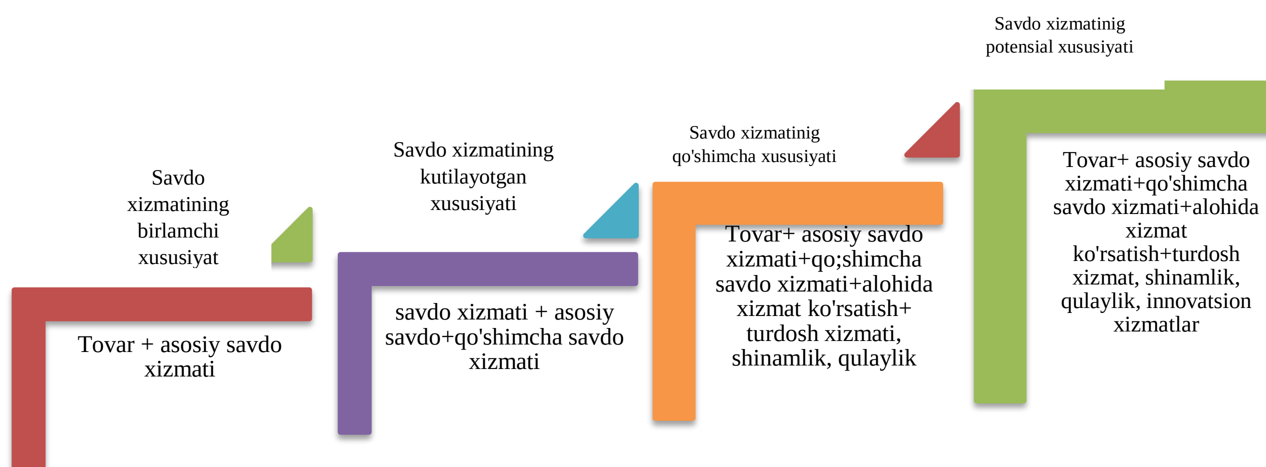
Shunday qilib, savdo korxonalari tomonidan qo'shimcha xizmat turlarini taklif etish asosida savdo xizmatlarini yuqori darajada tashkil qilish, xaridorlarga sotilayotgan tovarlarga muvofiq keluvchi kutilgan darajadagi servisni taqdim etish lozim bo'ladi.

Qo'shimcha savdo xizmatlari savdo zalini tashkil qilish, tovar tanlovini muvofiqlashtirish, xaridorlarga qo'shimcha axborot berish, xarid jarayonida ko'maklashish, sempling va sinoq marketingi, merchendayzing va hisob-kitob jarayonini takomillashtirish bilan bog'liq xizmatlar majmuidan iboratdir. Qo'shimcha savdo servisi tovarlarning xaridorlar tomonidan anglanishiga, iste'mol qiymatining ortishiga hamda xarid imkoniyatining ortishiga olib keladi.

Xaridor tomonidan zarur bo'lgan tovarni tanlash va xarid qilish masalasi ko'rib chiqilar ekan, bu jarayonga taalluqli bo'lgan bir qator jihatlarga to'xtalib o'tishimiz joiz. *Birinchidan*, xaridor muayyan ehtiyojini qondirishi mumkin bo'lgan tovarni tanlar ekan, avvalo tovarning muayyan iste'mol xossalarining ehtiyojiga mos kelish darajasini hisobga oladi. Ya'ni, u o'zining mavjud usul va vositalari yordamida tovarlarning qaysi biri ko'proq iste'molchi samarasini berish darajasini baholaydi va

shu bo'yicha ularni o'zaro taqqoslaydi. *Ikkinchidan*, xaridor tomonidan tovarning iste'mol xossalari baholanayotganda sotuvchilar tomonidan tovarning tayyorlanishi va yetkazib berilishi uchun ketgan mehnat sarfi uni umuman qiziqtirmaydi. Chunki, xaridorni xarid chog'ida tovarning o'zi emas, balki undagi ehtiyojni boshqa substitutlarga (raqib tovarlarga) nisbatan yuqori darajada qondira olish xususiyati qiziqtiradi.

Savdo xizmatlari ham sezilmasligi, saqlanmasligi, sifatning doimiy emasligi, servisning ajratib bo'lmasligi kabi xususiyatlarga egadir. Chakana savdoda qo'shimcha savdo xizmatlarining o'ziga xosligi ham aynan xaridor tomonidan xarid qilinayotgan tovardan ajralmasligi bilan izohlanadi.



1-rasm. Tovarga qo'shimcha savdo xizmatlari ko'rsatish asosida naflilik darajasining ortib borishi

Savdo xizmatining birlamchi iste'mol qiymati tovarni sotish jarayonida mos keluvchi xizmatlarni o'z ichiga olib, xizmat ko'rsatishning eng quyi talabi hisoblanadi. Masalan, tovarlarni sotish jarayonida turli o'ramlarda yoki qo'shimcha qadoqlangan holda taqdim etish.

Savdo xizmatining kutilayotgan iste'mol qiymati xaridorlarning individual talablaridan kelib chiqqan holda qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish hisoblanadi. Masalan, katta hajmdagi xaridlar uchun savdo telejkasi, xaridor savatchasidan foydalanish.

Savdo xizmatlarining qo'shimcha iste'mol qiymati iste'molchilarga yo'naltirilganlik tamoyili asosida xaridorlarga yuqori darajadagi servis xizmati ko'rsatish, xarid jarayonini soddalashirish kabilarni o'z ichiga oladi.

Savdo xizmatlarining potensial iste'mol qiymati mijozlar bilan doimiy aloqani yo'lga qo'yishga, betakror servisni rag'batlantirishga, iste'molchilarning takroriy tashrifini rag'batlantirishga qaratiladi. Masalan, yosh bolali xaridorlarga bolalar maydonchasi, kutish zallari, sempling va degustasiya joylarini tashkil qilish.

Bizning fikrimizcha savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda ko'rsatilayotgan xizmat turlarini raqobatbardoshlik nuqtai nazaridan tasniflash, mijozlarga betakror servis xizmati ko'rsatish imkonini beradigan hamda shu orqali raqobat ustunligini ta'minlash maqsadga muvofiq (1-jadval).

1-jadval

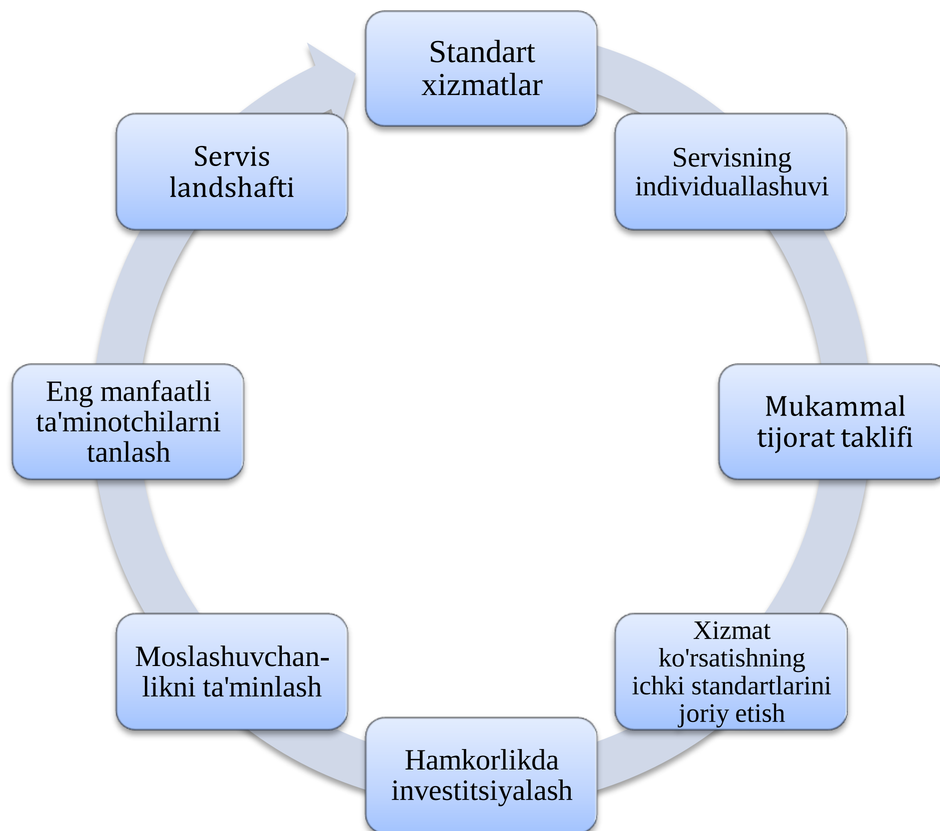
Savdo xizmatlarining tasniflanishi [16]

Tasnif belgisi	**Taklif qilinadigan xizmat turlari**
Birlamchi xizmatlar	Tovar sotuvi bilan bog'liq xizmatlar
	Tovar tavsifi va tovar assortimenti bo'yicha konsalting xizmatlari
Qo'shimcha savdo xizmatlari	Xaridorlar uchun kutish zalini tashkil qilish
	Yosh bolali xaridorlar uchun bolalar o'yin zallari tashkil qilish
	Ona va bola xonasi
	Xarid qilingan tovarlarni vaqtinchalik saqlash xizmatlari
	xaridorlar buyumlarni vaqtinchalik saqlash(garderob va vaqtinchalik seyflar)
	Xaridorlar uchun ovqatlanish zalini tashkil qilish
	Avtomobillar uchun vaqtinchalik to'tash joylari (pullik va bepul shaklda)
	Yirik savdo markazlarida savdo aravachasi, xarid savatlarini taklif qilish
	Tovarlarni yetkazib berish, yuklash,
	Mijozning hohishiga ko'ra yetkazib berish, tyuning, o'lchamini o'zgartirish,qo'shimcha shakl va bezak berish, gravirovka
Ahamiyatliligiga ko'ra	Asosiy xizmatlar (tovarlarni joylashtirib berish, tulov terminallari va kassalarni maqbul joylashtirish) Qo'shimcha xizmatlar (qo'shimcha o'ramlar, keytering, onlayn xarid, butlash, o'rnatib berish); Yordamchi (sotuvchi maslahati, degustasiya, sempling)
Xaridorlar ishtirokiga ko'ra	Xaridor ishtirok etuvchi xizmatlar (o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish tizimi, "sotuvchisiz do'kon", onlayn xarid) Xaridor ishtirok etmaydigan xizmatlar (individual o'ramlar, maxsus suvenir qadoqlar, oilaviy tovar guruhini shakllantirish)
Taqdim etish vaqtiga ko'ra	Sotuv jarayonidagi xizmatlar (sempling, degustasiya, foydalanishni namoyish qilish, sotuvchi yoki malakali kishilar maslahati); Sotuvdan keyingi xizmatlar (yetkazib berish, o'rnatib berish).
To'lovliligiga ko'ra	Pullik xizmatlar (mijozning hohishiga ko'ra, yetkazib berish, tyuning, o'lchamini o'zgartirish, bezak berish, gravirovka); Bepul xizmatlar (mijoz talabiga ko'ra moslashtirish,

	charxlash, butlash).
Talabning holatiga ko'ra	Doimiy xizmatlar (standart savdo xizmatlari); mavsumiy xizmatlar (muhim voqyea va shonli sanalar arafasida ko'rsatiladigan xizmatlar, mavsumiy tovarlar, tematik to'plamlar).
Xizmatlar majmuiga ko'ra	Keng turdagi savdo xizmatlari (tovar xarididan yetkazib berishgacha bo'lgan barcha xizmatlar); Cheklangan savdo xizmatlari (faqatgina mijoz talabiga ko'ra ko'rsatiladigan xizmatlar)

Fikrimizcha, savdo xizmatlarining taklif qilinayotgan tasnifi xaridorlarga qo'shimcha savdo xizmatlari ko'rsatishda muhim ahamiyatga ega bo'lib, savdo korxonasi raqobatbardoshligini oshirishda yangicha yondashish imkonini beradi. Ta'kidlash joizki, xizmat ko'rsatishning iste'molchilarga yo'naltirilganlik tamoyiliga o'tish orqali savdo xizmatlari ko'rsatish xaridorlar va mijozlar ishtirokini pullik yoki bepul ko'rsatiladigan xizmatlar kesimida yanada kengaytirish yoki eng maqbul darajada cheklash imkonini beradi. Tadqiqotlarimiz shuni ko'rsatdiki, Samarqand viloyatida savdo korxonalari tomonidan ko'rsatilayotgan xizmat turlari turli shart-sharoitlar, masalan, do'konlarning ixtisoslashuvi, joylashuvi, mijozlar auditoriyasi va chakana savdo strategiyasiga bog'liq ekan.

Savdo korxonalari tomonidan ko'rsatiladigan qo'shimcha xizmat turlari tizimli xarakterga ega bo'lgan holda iste'molchilar, bozor va savdo korxonasini yaxlit qamrab olish imkonini beradi. Bu birinchidan, xaridorlarning turli talab va hohishlarini e'tiborga olish, tovarlarni ayirboshlash va iste'mol jarayonlarining uyg'unlashuviga erishish hamda xaridorlar va savdo korxonasi o'rtasida uzviy aloqadorlikning ta'minlanishiga imkon beradi. Ikkinchidan, ko'rsatilayotgan savdo xizmatlarining iste'molchilarga yoki savdo korxonasiga yo'nalganligini aniq tasvirlash imkoni beradi (2-rasm).



2-rasm. Savdo xizmatlarining takomillashib borish jarayoni

Samarqand shahridagi chakana savdo korxonalarida xaridorlar buyumlarni vaqtinchalik saqlash (seyf, garderob), shtrix kodlash, avtomobillar uchun turarjoylar, xarid qilingan tovarlarni joylashtirish va yetkazib berish xizmatlari bugungi kunda bazaviy xizmatlar sifatida olib qaralmoqda. “Har bir savdo korxonasi potensial xaridorlar ehtiyojini maksimal qondirgan taqdirdagina muvaffaqiyatli rivojlanishi mumkin”. Bu muvaffaqiyatli rivojlanishga qo’shimcha xizmat turlarini taklif etish orqali erishish mumkinligini anglatadi.

Savdo korxonasining qo’shimcha savdo xizmatlarini ko’rsatish orqali raqobatbardoshligini oshirishda xizmatlar ko’rsatishning amaldagi holatni tahlil qilish va qo’shimcha savdo xizmatlarga bo’lgan talabni baholash lozim bo’ladi.

1-bosqich. Savdo korxonasining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini baholash

Mijozning qoniqqanlik indeksini baholash
- Tovarlar bo'yicha baholash
- Umumlashgan ko'rsatkich

Savdo korxonasi samaradorligini baholash
- Tovar turlari bo'yicha
- Umumlashgan ko'rsatkich

Savdo korxonasining joriy raqobatbardoshlik ko'rsatkichi ($\mathbf{K_j}$)

2-bosqich. Qo'shimcha savdo xizmatlariga bo'lgan ehtiyojni aniqlash

Mijozlar sodiqligini tahlil qilish
- So'rovnomalar asosida marketing tadqiqotlarini o'tkazish
- So'rov natijalari asosida asoslangan holda qo'shimcha xizmat turlarini aniqlash

Qo'shimcha xizmat turlariga bo'lgan ehtiyojni aniqlash
- So'rovnomalar asosida marketing tadqiqotlarini o'tkazish
- So'rov natijalari asosida asoslangan holda qo'shimcha xizmat turlarini aniqlash

3-bosqich. Qo'shimcha xizmatlarni tashkil qilish va ko'rsatish jarayonini modellashtirish

Innovatsion xizmat turlarini joriy etish
- Qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish qiymatini baholash
- Qo'shimcha xizmatlarni joriy etish bo'yicha marketing rejasini ishlab chiqish

Mijozlar sodiqligini oshirish dasturini takomillashtirish
- Mijozlar o'rtasida so'rov o'tkazish
- Natijalarni tahlil qilish va sodiqlik dasturiga o'zgartirish va tuzatishlar kiritish

4-bosqich. Natijalarni tahlil qilish va qo'shimcha xizmat turlari bo'yicha empirik raqobatbardoshlik ko'rsatkichni baholash ($\mathbf{K_e}$)

5-bosqich. Savdo korxonasining joriy va empirik raqobatbardoshlik ko'rsatkichini taqqoslash

ҳa

3-rasm. Qo'shimcha savdo xizmatlari ko'rsatishni tashkil etish asosida savdo korxonasi raqobatbardoshligini baholash uslubiyati[16]

3-rasmga muvofiq, birinchi bosqichda savdo korxonasining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligi baholanadi. Bunda birinchi navbatda asosiy diqqat-e'tibor xaridorlarning ko'rsatilayotgan xizmatlardan qoniqqanlik darajasiga bergan bahosiga qaratilishi lozim. Ikkinchi bosqichda qo'shimcha savdo xizmatlariga bo'lgan ehtiyoj aniqlanadi. Ushbu bosqichda mavjud xizmat turlarini qo'shimcha xizmat turlari bilan to'ldirish asosida qo'shimcha naflilik yaratish ko'zda tutiladi. Ushbu maqsadda har



bir tovar turiga mos keluvchi qo'shimcha xizmat ko'rsatish bo'yicha qaror variantlari tadqiqi qilinishi lozim. Uchinchi bosqichda xaridorlar uchun zarurat sifatida baholangan qo'shimcha xizmatlarni tashkil qilish va ko'rsatish jarayoni modellashtiriladi. To'rtinchi bosqichda taklif etilayotgan qo'shimcha xizmat turlarining samaradorligi baholanadi.

Beshinchi bosqichda savdo korxonasining yakuniy raqobatbardoshlik ko'rsatkichi aniqlanadi. Qo'shimcha xizmat turlarini joriy etish natijasida savdo korxonasi raqobatbardoshlik darajasining ortishiga baho beriladi.

Shuni ham alohida ta'kidlash joizki, taklif etilayotgan qo'shimcha xizmat turlari savdo korxonasi uchun ham, xaridorlar uchun ham har tomonlama manfaatli bo'lishi, kelgusida savdo korxonasi raqobatbardoshligining oshishiga olib kelishi lozim.

Xulosa va takliflar. Savdo xizmatlarini takomillashtirish asosida savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda quyidagi ilmiy takliflardan foydalanishni maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz:

– chakana savdoni zamonaviy darajada tashkil qilish va xaridorlarga qo'shimcha xizmat turlarini taklif etish orqali savdo korxonasining raqobatbardoshligini oshirish mumkin;

– qo'shimcha savdo servisi tovarlarning xaridorlar tomonidan anglanishiga, iste'mol qiymatining ortishiga hamda xarid imkoniyatining ortishiga olib keladi;

– savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda ko'rsatilayotgan xizmat turlarini raqobatbardoshlik nuqtai nazaridan tasniflash mijozlarga betakror servis xizmati ko'rsatish imkonini beradigan hamda shu orqali raqobat ustunligini ta'minlash imkonini beradi;

– taklif etilayotgan uslubiyat savdo korxonasi uchun ham, xaridorlar uchun ham har tomonlama manfaatli bo'lgan qo'shimcha savdo xizmatlari ko'rsatishni tashkil etish asosida raqobatbardoshlik darajasini baholash imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Валеева Ю.С. Розничные торговые сети: состояние и тенденции развития. Монография: Редакционно-издательский центр, Казань - 2012. - 148с.

2. Валигурский Д.И., Черноносова Н.В. Цели, задачи и условия внедрения мерчендайзинга в розничной торговле // «Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики». Научно-теоретический журнал – 2010. – №5. – С.20-21. - 0,3 п.л.

3. Гаврилова, В.Н. Тенденции развития обслуживания потребителей розничных торговых сетей [Текст] / В.Н. Гаврилова // Ежемесячный научный журнал. 2015. № 4 (11). Материалы XI Международной научно-практической конференции "Развитие экономических и межотраслевых наук в XXI веке", 16-17 мая 2015 / Науч. ин-т глобальной и региональной экономики. Новосибирск, 2015. С.10-11.

4. Королева, О.В. Торговля как драйвер экономического развития [Текст] / О. В. Королева // Место и роль России в мировом хозяйстве : сб. статей XI

Международной научно-практической конференции (27-28.11. 2016) / отв. ред. В. П. Воронин. – Воронеж : ВГУИТ, 2017. – С. 52-54.

5. Черноносова Н.В. Использование мерчендайзинга в розничной торговле: теория и практика: Научное издание. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2010. – С. 32. – 2 п.л.

6. Abdukarimov B.A. va boshq. Savdo iqtisodiyoti muammolari. O’quv qo’llanma.- T.: Iqtisod-moliya, 2016, 504 b

7. Abdukarimov F.B. Savdoda bozor mexanizmini takomillashtirish va samaradorligini oshirish yo’llari (Samarqand viloyati misolida). Iqtisodiyot fanlari nomzodi ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertasiya. Samarqand: SamISI, 2011, 156 b

8. E.Shavkiyev, U.N.Normurodov. Iqtisodiyotning innovasion rivojlanishi sharoitida savdo xizmatlari sifatini oshirish yo’llari // “Iqtisodiyot va innovasion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 1, yanvar-fevral, 2019 yil

9. D.X.Xolmamatov. Ulgurji savdoda marketing logistikasini rivojlantirish yo’llari // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 3, may-iyun, 2021 yil.

10. Normurodov U.N. Chakana savdo korxonasi raqobatbardoshligini ifodalovchi ko’rsatkichlar. // Servis jurnali. – Samarqand., 2019 y, 2-son, 34-36 b.

11. K.M.Ibodov. Monopoliyaga qarshi boshqaruv nazariyasi. O’quv qo’llanma.T:, “IQTISOD-MOLIYA” nashriyoti, 2020 yil. – 308 bet. 81-82 betlar; Ibodov K.M., Bank xizmatlari raqobatbardoshligining marketing tadqiqotlari: Monografiya.; - Toshkent “Navro’z” nashriyoti. 2016 yil.-156 bet

12. Muminov U.M. Qishloq xo’jaligida raqobat muxitini shakllantirish va rivojlantirish. Iqt.fan.nomz. …dis aftoref. T-2008 y. –24 b

13. Hasanov S.Sh “Mintaqaning raqobatbardoshlik afzalliklari va ulardan samarali foydalanish (Surxondaryo viloyati misolida)» Iqt.fan.nomz. …dis aftoref. Toshkent 2011 y. – 32 b

14. Nasritdinova M. Biznes strategiyasi.O’quv qo’llanma.-T.:Sharq 1996.-80 b.

15. I.B.Sharipov, Z.A.Xakimov. Yengil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini baholash uslublarini takomillashtirish // “Iqtisodiyot va innovasion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 3, may-iyun, 2017 yil.

16. Muallif ishlanmasi